

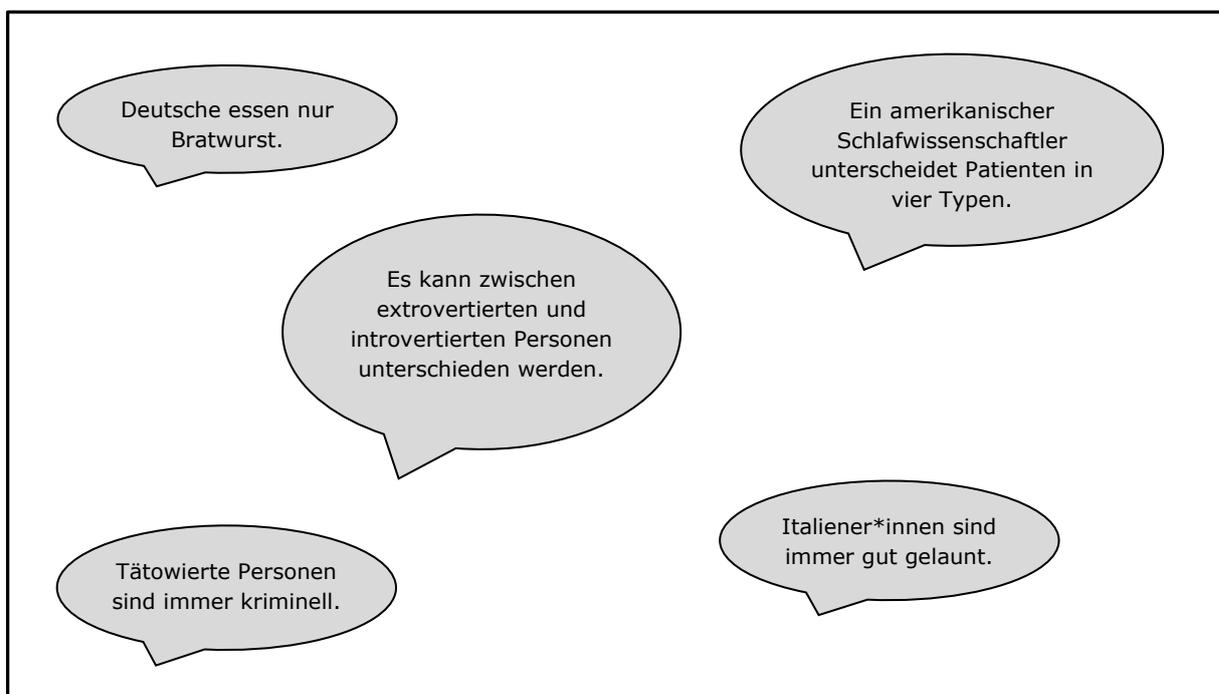
M 03.07: TYPISIERUNG UND STEREOTYPISIERUNG

Vielleicht ist dir schon mal aufgefallen, wie sehr Stereotype unser alltägliches Denken beeinflussen. Dies findet meist unterbewusst statt.

Aber was genau sind eigentlich Stereotype? Wieso fällt es schwer, komplett auf sie zu verzichten? Und wie lässt sich eine Stereotypisierung von einer Typisierung unterscheiden?

AUFGABEN

- 
 1. Suche dir eine*n Partner*in und verständigt euch, wer Text A (Stereotypisierung) und wer Text B (Typisierung) liest.
- 
 2. Lies deinen Text und markiere die wichtigsten Informationen.
 - a) Erläutere den Begriff „Stereotypisierung“ bzw. „Typisierung“ schriftlich in Stichworten und überlege dir ein Beispiel.
 - b) Stelle dar, welchen Zweck „Stereotypisierungen“ bzw. „Typisierungen“ erfüllen kann.
- 
 3. Tauscht euch über eure Ergebnisse aus.
 - a) Ordnet die Aussagen in den Sprechblasen jeweils der „Stereotypisierung“, dem „Vorurteil“ oder der „wissenschaftlichen Typisierung“ zu.
 - b) Erstellt ein Plakat, auf dem ihr „Stereotypisierung“ und „Typisierung“ gegenüberstellt.
- 
 4. Präsentiert eure Ergebnisse im Plenum.



Deutsche essen nur Bratwurst.

Ein amerikanischer Schlafwissenschaftler unterscheidet Patienten in vier Typen.

Es kann zwischen extrovertierten und introvertierten Personen unterschieden werden.

Tätowierte Personen sind immer kriminell.

Italiener*innen sind immer gut gelaunt.

A: STEREOTYPISIERUNG

Der Begriff Stereotyp setzt sich aus den griechischen Wörtern *stereos* (auf Deutsch: starr, hart, fest) und *typos* (auf Deutsch: feste Norm, charakteristisches Gepräge) zusammen. Im Jahr 1922 wurde dieser Begriff erstmals von dem amerikanischen Journalisten Walter Lippmann benutzt, um damit die „Bilder in unseren Köpfen“ zu beschreiben, welche „sich als Vorstellungsinhalte zwischen unsere Außenwelt und unser Bewusstsein schieben“¹.

Die Sozialpsychologinnen Sarah E. Martiny und Laura Fröhlich definieren Stereotype als „Überzeugungen über Charakteristiken, Eigenschaften und Verhaltensweisen von Mitgliedern bestimmter sozialer Gruppen“². Die Anwendung von Stereotypen sei dabei von einer Generalisierung geprägt, die individuelle Unterschiede zwischen Gruppenmitgliedern unberücksichtigt lässt. Beispielsweise wird Deutschen zugeschrieben, dass sie pünktlich seien. Selbstverständlich gibt es aber auch unpünktliche Deutsche, sodass diese zugeschriebene Eigenschaft nicht für alle Mitglieder der Gruppe der Deutschen gilt.³

Gleichzeitig weisen die Psychologen Peter Fischer und Joachim Krüger und die Psychologin Kathrin Jander darauf hin, dass die „Zuordnung von Personen zu bestimmten Gruppen mit entsprechenden Merkmalszuschreibungen“⁴ der Vereinfachung und der sozialen Orientierung dient. Stereotype können daher als Schablonen verstanden werden, in die wir Vorstellungen einsortieren.

Stereotypen werden zu Vorurteilen, wenn sie negative Bewertungen und ablehnende Haltungen gegenüber Personen zeigen, einzig und alleine aus dem Grund, dass diese einer bestimmten Gruppe angehören. Im Gegensatz zum Stereotyp steht beim Vorurteil eine negative Emotion im Vordergrund.⁵

¹ Six-Materna, I./ Six, B. (2000): Stereotype. <https://www.spektrum.de/lexikon/psychologie/stereotype/14836> (Abfrage: 26.07.2021).

² Martiny, S./ Fröhlich, L. (2020): Ein theoretischer und empirischer Überblick über die Entwicklung von Stereotypen und ihre Konsequenzen im Schulkontext. In S. Glock/H. Kleen: Stereotype in der Schule. Wiesbaden: Springer, S. 2.

³ Vgl. Martiny, S./ Fröhlich, L. (2020), S. 2.

⁴ Fischer, P./Jander, K./Krueger, J. (2018): Sozialpsychologie für Bachelor. Wiesbaden: Springer, S. 116.

⁵ Vgl. Fischer, P./Jander, K./Krueger, J. (2018), S. 116-118.



B: TYPISIERUNG

In den Sozialwissenschaften wird unter Typenbildung verstanden, dass Untersuchungsgegenstände im Hinblick auf ihre Eigenschaften gebündelt und gewichtet werden. Die einzelnen Gegenstände werden also nach bestimmten Kriterien geordnet, zusammengefasst oder gruppiert. Dabei muss sich die Gültigkeit der gebildeten Typen durch Analysen beweisen lassen.⁶ So könne beispielsweise im Rahmen einer wissenschaftlichen Untersuchung zum Aktivitätsverhalten von Urlauber*innen behauptet werden, dass es unterschiedliche Typen von Urlauber*innen gebe. So könne zwischen dem „Entspannungs-Typen“, der den Urlaub damit verbringt, sich am Strand zu bräunen, und dem „Sport-Typen“, der sich im Urlaub mit Radfahren und Wandern beschäftigt, unterschieden werden. Damit eine solche Typenbildung den wissenschaftlichen Anspruch der Gültigkeit erfüllt, müssen Analysen diese Unterscheidung rechtfertigen.

Laut den Sozialwissenschaftlerinnen Barbara Haas und Ella Scheibelhofer ermöglicht die Typenbildung das Verbinden von theoretischer Forschung und empirischer Forschung, das heißt praktischer Forschung. Damit ist gemeint, dass theoretische Überlegungen auf wissenschaftliche Erfahrungen und das daraus gewonnene Wissen beruhen. Des Weiteren „sollen mit der Typenbildung verallgemeinerungsfähige Aussagen erzielt werden“⁷ können. Damit ist gemeint, dass eine Aussage zwar verallgemeinert, aber dennoch den Untersuchungsgegenstand in seiner Einzigartigkeit erhält. So lassen sich Personen, die im Urlaub Skifahren, Bergsteigen, Schwimmen usw. verallgemeinernd als „Sport-Typen“ bezeichnen und dennoch bleibt im Vergleich mit dem „Entspannungs-Typen“ ihre Eigenschaft des sportlich Aktivseins im Urlaub erhalten. Somit kann die Typenbildung dem Anspruch gerecht werden, „überindividuelle Muster zu erfassen“⁸.

Die Typenbildung und das damit verbundene Vorgehen dient nach der Pädagogin Mara Meske „nicht nur der Gruppierung von ähnlichen Fällen, sondern soll die komplexe Realität reduzieren und die Erklärung von Sinnzusammenhängen ermöglichen“⁹. Des Weiteren soll durch das Herausstellen des Einzigartigen eines jeden Typens und durch das Offenlegen von Differenzen zwischen unterschiedlichen Typen ein systematischer Überblick über die Untersuchungsgegenstände ermöglicht werden.¹⁰

⁶ Vgl. Denz, Hermann (2018): Typologie/Typenbildung. <https://www.vr-elibrary.de/doi/epdf/10.7767/boehlau.9783205790099.797> (Abfrage: 27.07.2021).

⁷ Haas, B./Scheibelhofer, E. (1998): Typenbildung in der qualitativen Sozialforschung: eine methodologische Analyse anhand ausgewählter Beispiele. Wien: Institut für Höhere Studien, S. 10.

⁸ Haas, B./Scheibelhofer, E. (1998), S. 11.

⁹ Meske, M. (2011): „Natur ist für mich die Welt“: Lebensweltlich geprägte Naturbilder von Kindern. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften – Springer Fachmedien, S. 257.

¹⁰ Vgl. Meske, M. (2011), S. 257.

